

COLUMNA uno



Por Karina A. Rocha Priego

REDES SOCIALES, APUESTAN AL TRIUNFO DE CANDIDATAS AL GOBIERNO DEL EDOMEX

A tan solo 28 días de la contienda electoral en el Estado de México, todo parece indicar que, a pesar de los esfuerzos de las candidatas **Alejandra del Moral**, quien representa la alianza "Va por el Estado de México", y **Delfina Gómez**, de "Juntos Haremos Historia", los mexicanos no tienen definición precisa de por quién van a votar.

Está claro que la pelea por el voto no solo se dará en las urnas, pues actualmente, ambas candidatas han apostado a las redes sociales, a través de las cuales pretenden convencer a los electores de cuál es su mejor opción.

Ambas, también, apuestan a los jóvenes, sobre todo aquellos que en este año tramitaron su credencial para votar, y que saldrán a votar por el simple hecho de "estrenarse" como electores, sin tener claro quién es la mejor opción para su futuro, sobre todo aquellos que siguen siendo estudiantes o que recién culminaron una carrera tecnológica y están en busca de un empleo.

Sin embargo, la guerra de encuestas entre ambas candidatas no cesa, lo cual confunde a los electores, pues, en regiones populares, poco saben de encuestas y procedimientos, se dejan llevar "por números", los cuales, incluso, pueden ser "falsos" como se ha dado a conocer en innumerables ocasiones. En pocas palabras, las encuestas siempre favorecerán a quien las paga o a quien paga más por ellas.

Suponemos que para los equipos de campaña de ambas candidatas, les ha resultado "más redituable" las redes sociales, de ahí que en estas elecciones históricas, en las que por primera vez dos mujeres son las únicas candidatas a la gubernatura, es que apuestan a ellas, como en el caso de **Alejandra del Moral**, quien tiene una cuenta en cada una de las redes sociales utilizadas por los mexicanos, sobre todo los más jóvenes, siendo la más concurrida **Facebook** en la que la candidata priista cuenta con **225 mil seguidores**.

Por otro lado, tiene cuenta en **Twitter**, dicen, la segunda red más importante para la candidata **Del Moral**, donde supera los **139 mil seguidores**; otra red multituizada es **Instagram**, en donde se prioriza el contenido multimedia, donde sobrepasa los **88 mil** y la más nueva red como **TikTok**, donde cuenta con más de **21 mil seguidores**.

Mediante estas, **Del Moral** busca dar a conocer sus propuestas en un idioma entendible para los jóvenes -principalmente- reconociendo que todas son manejables a través del celular, que se ha convertido en "herramienta de vida" de millones de ciudadanos, por lo que es por medio de estas que pretende convencer del porqué su voto es importante para ella (**Del Moral**).

A través de las redes, la candidata, que representa, además del **PRI**, al **PAN**, **PRD** y **Nueva Alianza**, ha recibido toda clase de apoyo y críticas, igual ha sido denunciada y acusada de algún delito, pero ello, para **Del Moral** y su equipo de trabajo, ello ha sido considerado como "un alcance favorable" a su campaña política.

A **Alejandra del Moral** le siguen en sus redes políticos como: **Alejandro Moreno**, presidente nacional del **PRI**; **Ana Lilia Herrera**, diputada federal de la alianza **Va por México**; **Enrique Vargas del Villar**, coordinador del Grupo Parlamentario del **PAN**; **Gerardo Monroy**, secretario de Educación del **Edomex**; **Denisse Ugalde**, titular de la Secretaría de Mujeres del **Edomex**.

En lo que a **Delfina Gómez**, candidata de la **Alianza**



"Juntos Haremos Historia" que alberga a **Morena**, **PT** y **PVEM**, se refiere, esta podría superar en número, sus seguidores en redes sociales pues, según se dio a conocer, en **Facebook** podría contar con más de **460 mil**.

En **Twitter** cuenta con al menos **155 mil seguidores** e **Instagram** con más de **13 mil**. Aunque, en **TikTok** el alcance de la candidata **Delfina Gómez** se ve más débil, pues apenas supera los **6 mil**. Sin embargo, se dice que, en el caso de esta candidata, existe el uso de **bot's**, estos que son un programa informático que realiza tareas automatizadas específicas y, generalmente, repetitivas en una red y que *tiene un costo*, al cual **Delfina Gómez** ha invertido importantes recursos, hecho que deberá ser revisado por el área de **Fiscalización del Instituto Nacional Electoral**. A **Delfina Gómez** le sigue **Rocío Nahle**, secretaria de Energía del gobierno de México; **Layda Sansores**, gobernadora de Campeche; **Jesús Ramírez Cuevas**, coordinador general de Comunicación Social de la Presidencia; y **Mario Delgado**, presidente nacional de **Morena**.

Según un estudio dado a conocer recientemente, en México, **Facebook** tiene **83.1 por ciento de alcance entre la población**; **Instagram**, **34.2 por ciento**; **TikTok**, **15.3 por ciento**, y **Twitter**, **12.1 por ciento**, según una encuesta publicada por **Statista**, que contempla a **mil 340 personas mayores de seis años**.

Por lo pronto, según el reporte de **Fiscalización del Instituto Nacional Electoral (INE)**, ambas candidatas han erogado **207 millones 626 mil 107 pesos gastados**, de los cuales, la candidata de la alianza "Va por el Estado de México", **Alejandra del Moral**, tuvo **124 millones 6 mil 943 pesos reportados**. Por su parte, **Delfina Gómez** gastó **83**

millones **619 mil 164 pesos**.

La candidata del **PRI al gobierno del Edomex**, **Alejandra del Moral**, ha gastado más de **124 millones en campaña de los 448 millones que tiene como tope (PRI Edomex)**.

El total de los eventos que se han registrado por cada candidata, la representante de la **4T**, tiene el mayor número de eventos, con **565 contra los 145 de la coalición PRI-PAN-PRD-NA**.

En el reporte del **INE**, la candidata de la coalición "Juntos Haremos Historia", **Delfina Gómez**, tuvo **318 operaciones por los 175 de la coalición Va por el Estado de México** y avisos de contratación entre ambos por **182**, adjudicados a las **cinco casas de campaña** y a las **cinco cuentas bancarias dadas de alta para la promoción del voto del 2 de abril al 31 de mayo**.

Si bien es cierto que **Delfina Gómez** ha tenido mayores actividades proselitistas, a comparación de su opositora **Alejandra del Moral**, habría que analizarse, quién ha tenido mayor aceptación por parte del **Electorado mexiquense**, alcance real y sin la mano negra de las autoridades.

Y es que, en el caso de **Delfina Gómez**, ha sido clara la intromisión del gobierno federal sobre su campaña, no así la candidata priista **Alejandra del Moral** a quien el gobernador del Estado de México, **Alfredo del Mazo**, no ha apapachado, ni un solo instante a **del Moral**, **O MAS BIEN, BRILLA POR SU AUSENCIA, PARA ENTREGAR EL EDOMEX A MORENA. ¡PROMESA CUMPLIDA! Y A GOZAR MILLONES DEL ABUELO, PAPA Y DE "FELITO" GOBERNADOR...**

TE INVITO A PARTICIPAR CONMIGO TODOS LOS DÍAS, EN CAMBIANDO DE TEMA, A TRAVÉS DE karina_rochal968@yahoo.com.mx